

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan oleh :

NURNAENY NADYFAH  
1012010150/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2014

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen



Diajukan oleh :

NURNAENY NADYFAH  
1012010150/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR

2014

USULAN PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA

NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

Yang Diajukan

NURNAENY NADYFAH  
1012010150/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Tanggal :

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.  
NIP. 196203181988031002

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.  
NIP. 196509071991031001

USULAN PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

Yang Diajukan

NURNAENY NADYFAH  
1012010150/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Tanggal :

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.  
NIP. 196203181988031002

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.  
NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

Yang Diajukan

NURNAENY NADYFAH  
1012010150/FE/EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh

Pembimbing Utama

Tanggal :

Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM.  
NIP. 196203181988031002

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

Drs. Ec. Ra. Suwaidi, MS  
NIP. 196003301986031003

SKRIPSI  
ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

Disusun Oleh :

NURNAENY NADYFAH  
1012010150/FE/EM

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 28 Maret 2014

Pembimbing :  
Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Drs.Ec.Hery Pudjo P,MM.  
NIP. 196203181988031002

Dr.Eko Purwanto,Msi  
NIP. 195903291987031001

Sekretaris

Dra.Ec.Nurjanti Takarini,Msi  
NIP. 196508141991032001

Anggota

Drs.Ec.Hery Pudjo P,MM.  
NIP. 196203181988031002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr.H.Dhani Ichsanuddin Nur,SE,MM  
NIP. 196309241989031001

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tugas penyusunan skripsi dengan judul : “ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA” dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun maksud penyusunan skripsi adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Sejak adanya ide sampai tahap penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjo P, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan dalam membimbing dan memberi petunjuk yang sangat berguna sehingga terselesaikan skripsi ini.
5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kedua orang tua, Ibu Nur Laili Hudah, Ayah Imam Mahfud dan Kakakku Bahar yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dukungan dan bantuannya secara moril maupun materil yang telah diberikan selama ini sehingga mampu menghantarkan penulis menyelesaikan studinya.
7. Keluarga besar H. Gozali yang telah memberikan doa dan nasehat selama menempuh studi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
8. Teman seperjuanganku Titus Fara Veronica yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan dan keceriaan selama menempuh studi hingga akhir penyusunan skripsi.
9. Teman-teman angkatan 2010 yang telah memberikan motivasi dan semangatnya selama ini.



Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran bagi perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, Maret 2014

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
ABSTRAKSI .....	x
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	9
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1    Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2    Landasan Teori .....	12
2.2.1    Pengertian Pemasaran Jasa .....	12
2.2.2    Konsep Pemasaran .....	15
2.2.3    Keputusan Penggunaan .....	16
2.2.4    Harga .....	20
2.2.5    Promosi .....	23
2.2.6    Citra Perusahaan .....	27
2.3    Pengaruh Hubungan Antar Variabel .....	29
2.3.1    Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan .....	29
2.3.2    Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan .....	30
2.3.3    Pengaruh Citra Perusahaan Keputusan Penggunaan .....	32
2.4    Kerangka Konseptual .....	33

	2.5	Hipotesis Penelitian .....	34
BAB III		METODOLOGI PENELITIAN .....	35
	3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	35
	3.1.1	Definisi Operasional .....	35
	3.1.2	Pengukuran Variabel .....	37
	3.2	Teknik Penentuan Sampel .....	38
	3.2.1	Jenis Data .....	39
	3.2.2	Sumber Data .....	39
	3.2.3	Pengumpulan Data .....	39
	3.3	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	40
	3.3.1	Teknik Analisis .....	40
	3.3.1.1	Cara Kerja PLS .....	42
	3.3.1.2	Model Spesifikasi PLS .....	42
	3.3.1.3	Langkah-Langkah PLS .....	43
BAB IV		HASIL DAN PEMBAHASAN .....	59
	4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	59
	4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	59
	4.1.2	Visi Misi NR Wedding Organizer Surabaya .....	61
	4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	61
	4.2.1	Penyebaran Kuesioner .....	61
	4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	62
	4.3	Deskripsi Variabel .....	64
	4.3.1	Harga (X1) .....	64
	4.3.2	Promosi (X2) .....	65
	4.3.3	Citra Perusahaan (X3) .....	67
	4.3.4	Keputusan Penggunaan (Y) .....	68
	4.4	Hasil Partial Least Square .....	70

4.4.1	Evaluasi Model Pengukuran .....	70
4.4.2	Evaluasi Model Struktural .....	75
4.5	Pembahasan .....	77
4.5.1	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) .....	77
4.5.2	Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) .....	78
4.5.3	Pengaruh Citra Perusahaan (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) .....	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	81
5.1	Kesimpulan .....	81
5.2	Saran .....	81

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

Oleh :

Nurnaeny Nadyfah

ABSTRAK

Pernikahan merupakan momen paling penting bagi calon pasangan pengantin, peristiwa yang diharapkan sekali seumur hidup ini tentu memerlukan persiapan yang sangat matang. Masyarakat jaman sekarang memiliki tingkat kesibukan yang cukup tinggi sehingga untuk mempersiapkan pesta pernikahan agar berjalan dengan baik tentunya sangat menguras pikiran dan waktu. Karena itu peluang bisnis Wedding Organizer sangat menjanjikan. Dalam hal ini yang dibahas adalah perusahaan jasa Wedding Organizer, yaitu NR Wedding Organizer Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara harga, promosi dan citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan NR Wedding Organizer. Adapun respondennya adalah calon konsumen dan konsumen NR Wedding Organizer Surabaya yang berjumlah 40 orang, dengan teknik analisis Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan, sedangkan variabel citra perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya.

Keyword : Harga, Promosi, Citra Perusahaan dan Keputusan Penggunaan

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya perekonomian di Indonesia yang di iringi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka banyak terjadi persaingan diantara para pengusaha jasa, konsep pemasaran modern pun mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba – lomba untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Persaingan yang makin tajam ini akan mendorong para pengusaha untuk semakin memikirkan bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik dan jasa yang berkualitas. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih jasa yang akan dibeli.

Dalam hal ini yang akan dibahas adalah perusahaan jasa Wedding Organizer, yaitu NR Wedding Organizer Surabaya. Pernikahan merupakan momen paling penting bagi pasangan pengantin, peristiwa yang diharapkan sekali seumur hidup ini tentu memerlukan persiapan yang sangat matang. Masyarakat jaman sekarang memiliki tingkat kesibukan yang cukup tinggi sehingga untuk mempersiapkan pesta pernikahan agar berjalan dengan baik tentunya sangat menguras pikiran dan waktu. Karena itu peluang bisnis Wedding Organizer sangat menjanjikan. Tugas Wedding Organizer adalah membantu calon pengantin dari mulai persiapan

pernikahan, membantu mencari vendor seperti gedung atau hotel tempat berlangsungnya acara resepsi pernikahan, serta yang terkait hubungannya dengan persiapan pernikahan seperti, rias dan busana pengantin, pelaminan, dokumentasi, dan lain-lain. Tidak hanya pernikahan saja, NR Wedding Organizer juga melayani acara Prosesi Tingkepan / 7 Bulanan, Turun Tanah, serta acara – acara lainnya. Objek penelitian ini adalah perusahaan yang bernama NR yang bergerak dalam bidang jasa yang menangani dalam berbagai bidang event. NR Wedding Organizer awalnya yang hanya fokus pada acara pernikahan atau wedding saja mulai dari awal tahun 2008 hingga sekarang telah menerima pesanan event ulang tahun, gathering atau yang lainnya.

Adapun jenis paket yang ditawarkan NR Wedding Organizer kepada konsumennya untuk menentukan pilihan mereka sesuai budget dan selera masing-masing konsumen. Dengan ini secara tidak langsung, konsumen juga dapat melakukan perbandingan harga dan fasilitas yang dimiliki NR Wedding Organizer Surabaya.

TABEL 1.1  
VARIAN HARGA NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA

PAKET	HARGA
MELATI (Resepsi)	Rp 25.000.000
MAWAR (Akad Nikah / Pemberkatan, Resepsi)	Rp 30.000.000
ANGGREK (Siraman, Akad Nikah, Resepsi)	Rp 40.000.000

Sumber : NR Wedding Organizer Surabaya

Dari data yang disajikan dalam Tabel 1.2 di atas menunjukkan NR Wedding Organizer Surabaya menentukan besarnya dana yang harus dikeluarkan oleh konsumen disesuaikan dengan prosesi yang akan dilaksanakan. Macam – macam paket di atas sudah termasuk meliputi Make Up, Busana, Dekorasi Pelaminan, Hiburan, Foto Video serta perlengkapan untuk prosesi pernikahan. Untuk acara Luar Kota akan dikenakan biaya tambahan. Harga di atas sudah meliputi kru yang akan membantu pelaksanaan acara sampai selesai. Selain itu konsumen juga mendapatkan fasilitas konsultasi gratis mengenai vendor mana yang baik untuk dipakai dalam menyelenggarakan acara mereka serta mendapatkan jadwal meeting maksimal lima kali guna membahas konsep serta susunan acara yang akan diselenggarakan. Untuk acara wedding biasanya konsumen membutuhkan profesional usher (Pagar Ayu & Pagar Bagus) guna membantu para tamu pada saat acara resepsi digedung terutama di acara International Wedding yang biasanya mengadakan acara jamuan menggunakan meja (round table). Harga untuk professional user adalah Rp 300.000 (sudah termasuk make up, busana, serta transport).

Pada halaman selanjutnya akan disajikan tabel yang menunjukkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa NR Wedding Organizer pada tahun 2011 sampai 2013



TABEL 1.2  
DATA EVENT DAN OMZET PENDAPATAN  
NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA  
TAHUN 2011 – 2013

BULAN	2011		2012		2013	
	EVENT	OMZET	EVENT	OMZET	EVENT	OMZET
JANUARI	3	Rp 42.000.000	4	Rp 56.000.000	2	Rp 58.000.000
FEBRUARI	4	Rp 60.000.000	2	Rp 30.700.000	3	Rp 48.400.000
MARET	5	Rp 80.000.000	4	Rp 64.000.000	2	Rp 34.800.000
APRIL	5	Rp 85.500.000	6	Rp 102.000.000	5	Rp 90.000.000
MEI	3	Rp 54.000.000	4	Rp 72.300.000	3	Rp 42.000.000
JUNI	5	Rp 95.500.000	3	Rp 57.100.000	2	Rp 39.000.000
JULI	4	Rp 56.000.000	2	Rp 28.000.000	3	Rp 48.000.000
AGUSTUS	6	Rp 90.500.000	2	Rp 76.000.000	3	Rp 51.900.000
SEPTEMBER	2	Rp 32.000.000	3	Rp 45.800.000	2	Rp 76.600.000
OKTOBER	8	Rp 136.400.000	6	Rp 96.000.000	7	Rp 112.800.000
NOVEMBER	6	Rp 108.000.000	5	Rp 85.600.000	4	Rp 72.000.000
DESEMBER	5	Rp 95.000.000	6	Rp 108.800.000	3	Rp 57.300.000
TOTAL	56	Rp 934.900.000	47	Rp 822.300.000	39	Rp 730.800.000

Sumber : NR Wedding Organizer Surabaya

Dari tabel 1.1 dapat kita lihat jumlah event yang ditangani oleh NR Wedding Organizer. Pada tahun 2011 jumlah event yang ditangani sebanyak 56 event dengan omzet pendapatan Rp 934,9 juta, tahun 2012 terlihat jumlah event yang ditangani sebanyak 47 event dengan omzet pendapatan Rp 822,3 juta, sedangkan pada tahun 2013 hanya sebanyak 39 event yang ditangani dengan omzet pendapatan Rp 730,8 juta. Hasil wawancara dengan pimpinan serta data event dan omzet penghasilan dari NR Wedding Organizer, diketahui selama tiga tahun terakhir (2011-2013) beroperasi, hanya sekali terjadi pencapaian omzet penjualan maksimal. Dari hasil pengamatan terhadap perusahaan, terutama volume penjualan di NR Wedding Organizer selama tiga tahun terakhir mengalami penurunan.

Hal ini perlu segera diatasi oleh manajemen NR Wedding Organizer agar dapat meningkatkan volume penjualan ditahun yang akan datang atau periode berikutnya. Sangat terlihat sekali pada tahun 2013 mengalami penurunan omzet yang sangat drastis dari tahun sebelumnya, volume penjualan tidak mengalami peningkatan yang lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.

Dalam menghadapi situasi ini, manajemen pengelola NR Wedding Organizer harus mencari tahu mengapa hal ini bisa terjadi dan terus berusaha memberikan kepercayaan kepada konsumen agar tetap mau menggunakan layanan jasa mereka. Dari tabel kita juga bisa lihat pada bulan-bulan tertentu konsumen banyak yang mengadakan acara pernikahan atau wedding. Hal ini dikarenakan memasuki masa liburan dan banyak konsumen yang berencana melaksanakan pesta pernikahan sebelum bulan puasa dan ada pula yang ingin melaksanakan pesta setelah Hari Raya maupun Natal. Dalam menjalani bisnis Wedding Organizer, perusahaan harus paham dan cermat ada bulan – bulan efektif dimana banyak konsumen yang mau menyelenggarakan pesta untuk itu harus mengetahui cara yang tepat agar konsumen mau menyelenggarakan pesta dengan menggunakan jasa NR Wedding Organizer.

Menurut Augusty Ferdinand (2002), harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan. Untuk kalangan masyarakat menengah keatas

harga yang terlalu tinggi tidak jadi masalah asalkan mendapatkan kualitas pelayanan dan banyaknya macam-macam perolehan sepadan dengan harga yang ditawarkan, namun untuk kalangan masyarakat menengah kebawah harga yang terlalu tinggi membuat konsumen melakukan perpindahan tempat pembelian, mereka akan mencari tempat berbelanja yang menawarkan jasa yang sama dengan harga yang lebih murah, namun konsumen tidak memikirkan kualitas jasa tersebut asalkan murah konsumen sudah senang. Contoh X Wedding Organizer menjual paket wisuda (make up dan sanggul) dengan harga Rp 125.000, sedangkan NR Wedding Organizer menjual paket wisuda (make up dan sanggul) dengan harga Rp 150.000. perbedaan harga Rp 25.000 akan membuat konsumen mencari tempat lain dengan harga yang lebih murah. Contoh lain Y Wedding Organizer menjual paket resepsi dengan harga Rp 20 juta sedangkan di NR Wedding Organizer dengan harga Rp 25 juta.

Menurut Tjiptono (2002), Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. NR Wedding Organizer jarang mengadakan promosi penjualan, cara promosinya hanya sekedar mengikuti acara pameran wedding, serta menyebarkan brosur dan kartu nama pada saat ada event wedding.

Citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. Perusahaan jasa sering dikaitkan dengan citra perusahaan disamping jasa atau produknya sendiri, kualitas jasa merupakan salah satu elemen dalam mengukur citra perusahaan. citra perusahaan NR Wedding Organizer ini sendiri kurang dikenal oleh konsumen dikarenakan promosinya sendiri kurang gencar seperti yang telah dijelaskan diatas, namun kebanyakan konsumen yang telah menggunakan jasa NR Wedding Organizer merasa terpuaskan oleh pelayanannya, sehingga konsumenpun kembali menggunakan jasa NR Wedding Organizer, dari sini citra perusahaan mulai terbentuk namun yang disayangkan hanya sebagian besar konsumennya saja yang mengetahui keberadaan perusahaan ini, namun calon konsumen tidak banyak yang mengetahuinya dikarenakan banyak sekali Wedding Organizer lainnya yang lebih dikenal oleh masyarakat.

Penelitian ini dikhususkan pada konsumen di wilayah Kota Surabaya sebagai sampel. Dengan melakukan penelitian mengenai analisis strategi penetapan harga, promosi dan citra perusahaan untuk meningkatkan jumlah konsumen, diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis di bidang Wedding Organizer dalam memilih dan menentukan apakah bentuk kegiatan ini cukup efektif dalam mempengaruhi konsumen, dan dapat menyusun strategi agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan

yang kuat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus maju dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini peneliti mencoba menganalisis variabel harga, strategi promosi dan citra perusahaan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa NR Wedding Organizer Surabaya dengan judul “ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA“

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dalam masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya ?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya ?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk membuktikan pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya
2. Untuk membuktikan pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya
3. Untuk membuktikan pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa NR Wedding Organizer Surabaya

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

##### a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi apa yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan yang akan dikeluarkan.

##### b. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori – teori yang telah diterima di bangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pikiran terutama menyangkut masalah kegiatan penetapan

harga, promosi, membentuk citra perusahaan yang harus dimiliki dan dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa.

c. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu pemasaran, khususnya mengenai strategi penetapan harga, promosi, citra perusahaan yang efektif dalam perusahaan jasa terutama Wedding Organizer.

d. Bagi Universitas

Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademis yang ingin menganalisis pengaruh harga, promosi, citra perusahaan dan keputusan penggunaan jasa.